



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini banyak pengusaha yang mulai membuka usaha produk kaos kaki buatan sendiri dengan berbagai macam jenis. Bidang usaha produk kaos kaki ini cukup diminati karena kaos kaki adalah produk yang dapat digunakan sehari-hari oleh masyarakat. Hanya saja usaha produk kaos kaki ini harus bersaing mempromosikan usahanya tersebut. Karena masyarakat harus memilih berbagai produk kaos kaki yang ada dengan melakukan promosi yang efektif untuk menarik pembeli. Oleh karena itu diperlukan kegiatan promosi melalui media promosi yang tepat untuk menarik pembeli sehingga tertarik menjadi pelanggan.

Perusahaan CV. Putra Wijaya ini adalah pabrik kaos kaki untuk bayi yang terletak di Jalan Jembatan 3, kompleks 25 B nomer 11. CV. Putra Wijaya ini menciptakan merek produknya dengan nama yang mereka pilih sendiri yaitu Winteku. CV. Putra Wijaya dapat dikatakan masih perusahaan baru, perusahaan ini berdiri tanggal 20 September 2012. Pada awalnya CV. Putra Wijaya ini memulai usahanya dengan hanya memiliki satu mesin dan satu orang karyawan.

Banyak yang kurang mengenal CV. Putra Wijaya ini, tapi dengan usaha pemiliknya yang bernama Herich Widjaja ini menambahkan dua mesin dan dua karyawan pada tanggal 14 oktober 2012. Sehingga perusahaan ini dapat memulai penjualan produksi pada tanggal 1 November 2012, awalnya mereka melakukan penjualan produksi dimulai di Pasar Jatinegara dan Tanah Abang, dengan harapan usahanya ini dapat melakukan pengembangan yang semakin maju. Dengan berjalannya waktu usaha produk kaos kaki bayi ini semakin berkembang dan dibanjiri pesanan, dan pada tanggal 14 Januari 2013 CV. Putra Wijaya ini menambahkan karyawan lagi hingga menjadi enam orang. Kemudian pada tanggal 3 Maret 2013 menambahkan tiga mesin lagi menjadi tujuh mesin, karyawanpun bertambah dua karyawan lagi sehingga total menjadi delapan orang. Akhirnya merekapun memutuskan untuk memperluas target penjualan ke: Mangga Dua, Pasar Pagi, Pasar Cipulir dan luar Jakarta. Perusahaan ini mempunyai sistem marketingnya dengan membawa langsung produk kaos kakinya dari toko ke toko dan mengirimkan foto-foto kaos kaki melalui e-mail kepada pelanggannya.

Keunikan kaos kaki bayi Wintekuini adalah terdapat pada bagian kemasannya, yaitu didalam kemasannya dibuat karton berbentuk kaki yang dibungkus kaos kaki, harganya pun terjangkau dibandingkan dengan produk kompetitor sejenis. Dengan kisaran harga eceran sebesar Rp. 15.000,- per satu pak dengan isi tiga pasang kaos kaki, desain yang ditawarkanpun adalah desain

yang unik dan lucu terutama pada pemilihan warna produknya. Produk Winteku ini memang telah membuktikan bahwa barang lokal tidak kalah bersaing dengan produk asing, target penjualannya terbesar sebanyak 90% merupakan penjualan grosir, sedangkan sisanya sebesar 10% merupakan penjualan eceran.

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1 Bagaimana meningkatkan citra produk dan penjualan kaos kaki bayi

Winteku kepada masyarakat melalui pemilihan media promosi yang tepat.

1.2.2 Bagaimana merancang media promosi yang efektif untuk produk kaos kaki bayi Winteku.

1.3. Batasan Masalah

Dari permasalahan yang telah di amati, terdapat batasan-batasan dalam mengamati dan meneliti masalah ini yaitupada jenis media promosi yang akan digunakan dan lebih memperkenalkan produk kaos kaki bayi Winteku kepada target ibu-ibu.

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai dari topik tentang perancangan promosi di CV. Putra Wijaya ini ialah :

1.4.1 Meningkatkan citra produk dan penjualan kaos kaki bayi Winteku kepada masyarakat melalui pemilihan media promosi yang tepat.

1.4.2 Merancang media promosi yang efektif untuk produk kaos kaki bayi Winteku melalui media lini atas dan lini bawah.

1.5. Manfaat Perancangan

Manfaat yang diperoleh bagi CV. Putra Wijaya adalah dengan melalui perancangan media promosi kaos kaki bayi Winteku, produk ini lebih dikenal dan dapat berkembang lagi sehingga mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Sedangkan manfaat bagi mahasiswa DKV UMN adalah dapat mempelajari bagaimana caranya membuat media-media promosi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

1.6. Metode Perancangan

1.6.1 Data Primer

Riset lapangan merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mendatangi langsung tempat-tempat relevan dan bermanfaat dalam proses perancangan promosi kaos kaki bayi Winteku ini meliputi:

- Wawancara
Wawancara dengan berbagai narasumber dari pihak yang terkait dengan keperluan CV. Putra Wijaya ini.
- Kuesioner

Penyebaran angket untuk mengambil sampel ke beberapa daerah di Jakarta dengan jumlah yang disesuaikan dengan kebutuhan.

Hasil yang akan didapat dari riset lapangan ini adalah:

1. Data yang relevan, akurat, dan benar-benar diperlukan dalam proses perancangan promosi produk kaos kaki bayi Winteku.
2. Kesimpulan berupa grafik dan tabel sebagai hasil angket dan wawancara langsung.

1.6.2 Data Sekunder (Kepustakaan)

Data kepustakaan dikumpulkan melalui media:

- Media Cetak

Studi literatur melalui buku-buku referensi (perpustakaan).

- Internet

Penelitian dilakukan dengan melakukan penelitian dan pengumpulan data dari *website-website* yang kebenarannya terjamin.

Mengumpulkan dan merangkum informasi melalui data kepustakaan yang dapat menunjang proses perancangan desain sebagai bahan referensi. Dengan pengumpulan data kepustakaan akan didapat:

1. Teori-teori yang relevan dan akurat langsung dari sumber kepustakaan.
2. Analisa yang mendalam tentang proyek rancangan penunjang visual.

3. Perumusan masalah secara solid yang didukung oleh data-data *verbal*.





UMN